ЕВРЕЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

ИНН 7715290332
ОГРН 1027739131375
127273, Москва,
ул. Отрадная, д.6
тел.: +7 (495) 736-92-70
e-mail: info@uni21.org
https://uni21.org

Гуманитарно-экономический факультет

«УТВЕРЖДАЮ»
Ректор ОЧУ ВО
«ЕВРЕЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
_____ А.Л. Лебедев
«29» июня 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

Наименование дисциплины

Подготовки **бакалавров** по направлению **42.03.01**

шифр направления

Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: Очная, заочная

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры интегрированных коммуникаций

Наименование кафедры

Протокол № 10 от «03» июня 2021 года

Программа утверждена Ученым советом Университета.

Протокол № ЕУ- 6/21 от «28» июня 2021 года.

Москва, 2021

Рабочая программа дисциплины «Основы теории коммуникации» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и рабочими учебными планами, утвержденными ректором ОЧУ ВО «Еврейский университет».

Автор – Касевич Т.В., старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ОЧУ ВО «Еврейский университет».

1. Цели и задачи дисциплины

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы теории коммуникации» составлена в соответствии с учебным планом подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования утвержденными стандартами и положениями Университета.

Целью дисциплины является формирование базовых знаний об основах методологии исследования коммуникационных систем и процессов в современном обществе, обеспечение эффективного применения полученных знаний в будущей профессиональной деятельности. Основой курса является изучение зарубежных и отечественных взглядов на теории коммуникации.

По результатам освоения дисциплины обучающийся способен решать следующие профессиональные задачи:

- владеть информацией об основных правилах теории коммуникации;
- уметь применять систему управления коммуникативными процессами в профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью;
- владеть техникой различных видов коммуникативной деятельности;
- владеть изобразительными средствами выражения мысли.

Задачи дисциплины «Основы теории коммуникации»:

- научить технологии осуществления коммуникации, владеть тактикой и стратегией коммуникации в профессиональной деятельности;
- правильно использовать знания о вербальной и невербальной коммуникации в профессиональной деятельности;
- уметь применять систему управления коммуникативными процессами в профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.

Дисциплина «Основы теории коммуникации» призвана помочь обучающимся – будущим специалистам осмыслить такой важный аспект их профессиональной деятельности, как коммуникация, благодаря которому человек через совершенствование коммуникативных умений и навыков сможет совершенствовать себя, расти нравственно и духовно, самореализоваться в выбранной профессии.

Данная дисциплина учит обучающихся и способствует их умению:

- работать с фактами, материалом, примерами, сравнениями, ссылками;
- управлять коммуникативными процессами в массовой культуре;
- анализировать коммуникативные модели, необходимые для использования в профессиональной деятельности;
- учитывать специфику коммуникативной аудитории;
- использовать изобразительные средства выражения мысли.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Основы теории коммуникации» относится к базовой части блока 1 «Дисциплины (модули)» Б1.О.16. Перечень дисциплин, предшествующих изучению данной дисциплины:

1. Русский язык и культура речи,
2. Риторика.

Теория коммуникации – одна из наиболее перспективных отраслей современного научного знания. Коммуникация — явление универсальное, ее содержание и формы попадают в поле зрения многих наук социально-гуманитарного, естественнонаучного и технического циклов. Это вызывает необходимость создания теории, интегрирующей и обобщающей достигнутые результаты научных исследований в данной области.

Освоение дисциплины «Основы теории коммуникации» является необходимой основой для изучения последующих дисциплин:

1. «Социология массовой коммуникации»,
2. «Теория и практика массовой информации».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Освоение дисциплины «Основы теории коммуникации» позволит обучающемуся осуществлять трудовые действия в соответствии с профессиональным стандартом 06.013.Специалист по информационным ресурсам, утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08 сентября 2014г. №629:

- Формирование запросов для получения недостающей информации
- Регулярное обновление (актуализация) информации в базах данных
- Мониторинг новостных лент, форумов, социальных сетей, рассылок
- Написание статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг)

- Поиск и мониторинг тематических сайтов для выявления новой, значимой и интересной информации
- Мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний
- Формирование запросов и получение информации от сотрудников организации
- Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации
- Фиксирование результатов выполнения заданий, проектной информации
- Обработка результатов аналитической деятельности
- Сбор дополнительных материалов
- Подготовка итоговой отчетности

Процесс изучения дисциплины «Основы теории коммуникации» направлен на формирование следующих компетенций:

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Категория компетенций	Коды компетенции, ПС и ТФ (при наличии)	Формулировка компетенции	Индикаторы компетенции	Дескрипторы индикаторов
Универсальные компетенции	**УК-1.**	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	**УК-1.4** Способен использовать информацию для решения различных коммуникативных задач, а также для укрепления конструктивно-деловых	**УК-1.4.1 Знать:** принципы создания текстов рекламы и связей общественностью. **УК-1.4.2 Уметь:** определять основные методы, способы и средства создания текстов рекламы и связей с

			отношений между членами коллектива.	общественностью. **УК-1.4.3** **Владеть:** разнообразными методами и навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью.
Общепрофессиональные компетенции	**ОПК-1.**	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатесты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностях иных знаковых систем.	**ОПК-1.1.** Способен грамотно излагать и предлагать необходимые коммуникационные материалы.	**ОПК-1.1.1 Знать:** различные виды, формы, средства и методы коммуникации; основные информационные каналы и их коммуникативную роль. **ОПК-1.1.2** **Уметь:** анализировать получаемую через средства массовой коммуникации информацию и использовать ее. **ОПК-1.1.3** **Владеть:** навыками самопрезентации (уметь создавать свой профессионально-коммуникационный имидж); методами анализа коммуникации в кросс-культурном пространстве.

Профессиональные компетенции	**ПК-4.**	Способен осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.	**ПК-4.2.** Способен применять результаты исследований для решения коммуникационных задач в различных сферах рекламы и связей с общественностью.	**ПК-4.2.1 Знать:** «теорию ролей» коммуникативных норм; особенности межличностной и групповой коммуникации. **ПК-4.2.2 Уметь:** определять эффективные неэффективные стратегии и тактики в коммуникационном процессе. **ПК-4.2.3 Владеть:** основными стратегиями и тактиками, наиболее эффективными в разных видах коммуникации.

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часа.

4.1. Структура дисциплины

4.1.1. Структура дисциплины для очной формы обучения

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Трудоемкость по семестрам**	
		3 семестр	***4 семестр***
		252 час.	
Аудиторные занятия (всего)	126	72	54
Занятия лекционного типа	54	36	18
Занятия семинарского типа (практич., семин., лаборат. и др.)	72	36	36
Самостоятельная работа (всего)	90	72	18
Вид промежуточной аттестации	36	зачет	36, экзамен

4.1.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Трудоемкость по семестрам	
		5 семестр	*6 семестр*
		252 час.	
Аудиторные занятия (всего)	22	12	10
Занятия лекционного типа	10	6	4
Занятия семинарского типа (практич., семин., лаборат. и др.)	12	6	6
Самостоятельная работа (всего)	217	128	89
Вид промежуточной аттестации	13	4, зачет	9, экзамен

4.2. Учебно-тематический план дисциплины

4.2.1. Учебно-тематический план дисциплины для очной формы обучения:

Номер раздела	Наименование раздела/темы	Часов по учебной (рабочей) программе				
		Всего в уч. плане по разделу /теме	Аудиторная работа			Самостоятельная работа обучающегося
			Всего	в том числе		
				Лекции (всего/интеракт.)	Практич. занятия (всего/интеракт.)	
1	2	3	4	5	6	7
1	Предмет и базовые аспекты теории коммуникации	22	12	6	6	10
2	Коммуникационный процесс и его структура	28	16	6	10	12
3	Типы и виды коммуникаций. Специфика автокоммуникации. Модели коммуникации	26	14	6	8	12
4	Оценочные доминанты социальной коммуникации	26	16	6	10	12
5	Семиотика коммуникации	30	18	8	10	12
6	Коммуникативная личность: подходы к пониманию	30	16	8	8	10
7	Массовая коммуникация: сущность, функции	29	18	8	10	10
8	Межкультурная коммуникация	25	16	6	10	12
	Экзамен	**36**				

	ИТОГО:	**252**	**126**	**54**	**72**	**90**

4.2.2. Учебно-тематический план дисциплины для заочной формы обучения:

Номер раздела	Наименование раздела/темы	Часов по учебной (рабочей) программе				
		Всего в уч. плане по разделу /теме	Аудиторная работа			Самостоятельная работа обучающегося
			Всего	в том числе		
				Лекции (всего/интеракт.)	Практич. занятия (всего/интеракт.)	
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**
1	Предмет и базовые аспекты теории коммуникации	30	4	1	3	27
2	Коммуникационный процесс и его структура	30	2	2	1	27
3	Типы и виды коммуникаций. Специфика автокоммуникации. Модели коммуникации	30	4	1	1	28
4	Оценочные доминанты социальной коммуникации	30	2	1	1	27
5	Семиотика коммуникации	30	2	2	3	27
6	Коммуникативная личность: подходы к пониманию	30	2	1	1	27
7	Массовая коммуникация: сущность, функции	30	4	1	1	27
8	Межкультурная коммуникация	29	2	1	1	27
	Экзамен	**13**				
	ИТОГО:	**252**	**22**	**10**	**12**	**217**

4.3. Содержание дисциплины

Тема 1. Предмет и базовые аспекты теории коммуникации.

Цели и задачи курса. Предмет изучения. Интегративная природа коммуникации. Информативно-системные связи как атрибут социально

исторической сути человечества. Гуманистическое предназначение теории коммуникаций. Генетические истоки коммуникаций.

Тема 2. Коммуникационный процесс и его структура.

Коммуникация – специфическая форма взаимодействия. Коммуникационные системы в мире животных, как «праязыков» человеческого общения и психолингвистических особенностей межкультурных связей в различных социальных аспектах.

Тема 3. Типы и виды коммуникаций. Специфика автокоммуникации.

Модели коммуникации.

Социальные коммуникации. Информатика и кибернетика- общие законы формирования и преобразования информативных связей с помощью теоретических курсов и методов. Интегративный базис кибернетики как язык междисциплинарного общения. Дифференциация методологических подходов к изучению основ социальной коммуникации (Герберт Маршалл Маклюэн, Рэймонд Розентал, Сидни Финкельстанк, Орин Клапп) .

Тема 4. Оценочные доминанты социальной коммуникации.

Понятие социологической доминанты коммуникации. Стратификационные доминанты: социальный статус коммуникантов, социальная дифференциация, социальная интеграция, социальная интерференция. Ситуативные доминанты: коммуникативные роли, коммуникативная сфера, коммуникативная ситуация, коммуникативная установка. Оценочные доминанты: ценностная ориентация, оценочная информация, оценка партнера, самооценка, социальный стереотип. Функциональные доминанты.

Тема 5. Семиотика коммуникации.

Семиотика смысловых коммуникаций (семиотика генетической коммуникации, семиотика психической коммуникации, семиотика социальной коммуникации). Общее понятие семиотического подхода на примере работ Ф. Соссюра. Характеристики типов семиотического подхода. Семиотические модели коммуникации Р.Якобсона, М.Лотмана и У.Эко.

Тема 6. Коммуникативная личность: подходы к пониманию.

Коммуникация как личностно-освоенная социальность. Личность в системе коммуникации. Различные подходы к определению структуры личности. Понятие языковой личности: вербально-семантический, лингво-когнитивный, мотивационные уровни. Параметры коммуникативной личности: мотивационный, когнитивный, функциональный. Типы коммуникативной личности. Оценка коммуникативной личности: соотношение социальных и коммуникативных характеристик, индивидуальное и социальное. Цели коммуникатора. Коммуникативные роли и обмен информацией в коммуникативной сфере. Границы коммуникативной

сферы. Социальные роли коммуникатора. Роли коммуникантов в процессе обмена информацией. Мотивированность действий коммуникантов.

Тема 7. Массовая коммуникация: сущность, функции.

Виды массовых коммуникаций. Исторические этапы развития. Массовые коммуникации в различных типах общества. Средства массовых коммуникаций. Морально - этические нормы в системе массовых коммуникаций. Результаты воздействия массовых коммуникаций. Манипуляция в СМК. Воздействия массовой коммуникации.

Тема 8. Межкультурная коммуникация.

Понятие «Межкультурная коммуникация». Теории межкультурной коммуникации. Структура межкультурной коммуникации. Детерминанты межкультурной коммуникации. Отношение к межкультурной коммуникации. Формы МК. Контекст межкультурной коммуникации. Виды межкультурной коммуникации.

Практические (семинарские) занятия.

Примерные темы семинарских занятий

1. Основные подходы к анализу коммуникации.
2. Модели коммуникации. Модель Р. Якобсона и ее современные модификации.
3. Коммуникативные стратегии и тактики. Стратегия самопрезентации.
4. Понятие коммуникации. Типы коммуникации.
5. Развитие технических средств коммуникации.
6. Статусно-ролевое общение. Основные подходы к анализу.
7. Математические модели коммуникации.
8. Модели массовой коммуникации.
9. Сферы коммуникации.
10. Специфика политической коммуникации.
11. Специфика имиджевой коммуникации.
12. Языковая личность. Национальная специфика речевого поведения.
13. Русский риторический идеал.
14. Специфика межкультурной коммуникации. Коммуникативные неудачи, их типы.
15. Речевая коммуникация, и ее типы. Сферы коммуникации.
16. Коммуникативное поведение. Модели анализа.
17. Русское коммуникативное поведение. Коммуникативно-релевантные признаки.
18. Сериал как коммуникация.
19. Телевизионные новости как коммуникация.

20. Театр как коммуникация.
21. Кино как коммуникация.
22. Пресс-конференция как коммуникация.
23. Пропаганда как коммуникация.
24. Реклама как коммуникация.
25. Коммуникативный анализ телевизионной рекламы.
26. Имидж политического лидера.
27. Имидж политической партии.
28. Имидж в шоу-бизнесе.
29. Построение корпоративного имиджа.
30. Пропагандистская кампания.
31. Коммуникативные процессы периода выборов.
32. Коммуникативные действия в работе пресс-службы.
33. Разрешенные/запрещенные речевые темы в разных ситуациях.
34. Создание специальных событий как типа коммуникации.
35. Анализ освещения одного события разными СМИ.
36. Специфика коммуникации в блогах, чатах и т.д. (по выбору студента).

5. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

5.1 Шкала оценивания в зависимости от уровня сформированности компетенций.

Преподавателю, для проверки сформированности у обучающихся компетенций по дисциплине, предоставляется право выбирать разноуровневые задания по своему усмотрению.

Уровень сформированности компетенций			
Недостаточный Компетенции не сформированы. Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы	**Пороговый** Компетенции сформированы. Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.	**Продвинутый** Компетенции сформированы.Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка	**Высокий** Компетенции сформированы. Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического

			навыка
Описание критериев оценивания			
Обучающийся демонстрирует: -существенные пробелы в знаниях учебного материала; -допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы билета, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; -непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий билета; -отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины; -отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкая степень контактности.	**Обучающийся демонстрирует:** -знания теоретического материала; -неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов; -неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы; -недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины; -умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить.	**Обучающийся демонстрирует:** -знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала; -твердые знания теоретического материала; -способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития; -правильные и конкретные, без грубых ошибок ответы на поставленные вопросы; -умение решать практические задания, которые следует выполнить; -владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины; -наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов билета, присутствует неуверенность в ответах на дополнительные вопросы	**Обучающийся демонстрирует:** -глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала; -полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий; -способность устанавливать и объяснять связь практики и теории; -логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания билета, а также дополнительные вопросы экзаменатора; -умение решать практические задания; -свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы.
Оценка «неудовлетворите	**Оценка «удовлетворительно**	**Оценка «хорошо»**	**Оценка «отлично»**

льно»	**»**		

5.2.Индикаторы достижения компетенций на различных этапах их формирования

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: процесс и структуру коммуникации; модели коммуникации различных семиосфер; различные виды, формы, средства и методы коммуникации; основы семиотических аспектов коммуникации; основные информационные каналы и их коммуникативную роль; сущность и функции коммуникации в сфере PR и рекламы; "теорию ролей", коммуникативных норм; особенности межличностной и групповой коммуникации; особенности массовой коммуникации; факторы, способствующие воздействию массовой коммуникации, средств массовой коммуникации (СМК).

Уметь: анализировать коммуникативную сторону деятельности бакалавра по рекламе и связям с общественностью и различать ее разновидности; анализировать получаемую через средства массовой коммуникации информацию и использовать ее; анализировать эффективность коммуникации, определять причины ее неэффективности; определять эффективные неэффективные стратегии и тактики в коммуникационном процессе.

Владеть: навыками самопрезентации (уметь создавать свой профессионально-коммуникационный имидж); методами анализа коммуникации в кросс-культурном пространстве; основными стратегиями и тактиками, наиболее эффективными в разных видах коммуникации.

Индикаторы достижения компетенций на различных этапах и уровнях их формирования.

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.			
УК-1.4 Способен использовать информацию для решения различных	**Пороговый**	**Знает (на уровне минимальных требований):** принципы создания текстов рекламы и связей общественностью. **Умеет (испытывая затруднения при самостоятельном воспроизведении)**: определять основные методы, способы и средства создания текстов рекламы и связей с общественностью. **Владеет (совершая ошибки и допуская незначительное**	**Удовлетворительно (зачтено)**

коммуникативных задач, а также для укрепления конструктивно-деловых отношений между членами коллектива.		**несоблюдение основных положений дисциплины):** разнообразными методами и навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью.	
	Продвинутый	**Знать (на должном уровне)**: принципы работы создания текстов рекламы и связей общественностью. **Уметь (самостоятельно, при незначительной помощи педагога)**: определять основные методы, способы и средства создания текстов рекламы и связей с общественностью. **Владеет (применяя отдельные необходимые навыки):** разнообразными методами и навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью.	**Хорошо (зачтено)**
	Высокий	**Знать (в полной мере):** принципы работы создания текстов рекламы и связей общественностью. **Уметь (самостоятельно):** определять основные методы, способы и средства создания текстов рекламы и связей с общественностью. **Владеть (совершенно свободно):** разнообразными методами и навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью.	**Отлично (зачтено)**
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатесты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностях иных знаковых систем.			
	Пороговый	**Знает (на уровне минимальных требований):** различные виды, формы, средства и методы коммуникации; основные информационные каналы и их коммуникативную роль. **Умеет (испытывая затруднения при самостоятельном воспроизведении)**: анализировать получаемую через средства массовой коммуникации информацию и использовать ее. **Владеет (совершая ошибки и допуская незначительное несоблюдение основных положений**	**Удовлетворительно (зачтено)**

		дисциплины): навыками самопрезентации; методами анализа коммуникации в кросс-культурном пространстве.	
ОПК-1.1. Способен грамотно излагать и предлагать необходимые коммуникационные материалы.	**Продвинутый**	**Знать (на должном уровне)**: различные виды, формы, средства и методы коммуникации; основные информационные каналы и их коммуникативную роль. **Уметь (самостоятельно, при незначительной помощи педагога)**: анализировать получаемую через средства массовой коммуникации информацию и использовать ее. **Владеет (применяя отдельные необходимые навыки):** навыками самопрезентации; методами анализа коммуникации в кросс-культурном пространстве.	**Хорошо (зачтено)**
	Высокий	**Знать (в полной мере):** различные виды, формы, средства и методы коммуникации; основные информационные каналы и их коммуникативную роль. **Уметь (самостоятельно):** анализировать получаемую через средства массовой коммуникации информацию и использовать ее. **Владеть (совершенно свободно):** навыками самопрезентации; методами анализа коммуникации в кросс-культурном пространстве.	**Отлично (зачтено)**
ПК-4. Способен осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.			
	Пороговый	**Знает (на уровне минимальных требований):** "теорию ролей" коммуникативных норм; особенности межличностной и групповой коммуникации. **Умеет (испытывая затруднения при самостоятельном воспроизведении)**: определять эффективные неэффективные стратегии и тактики в коммуникационном процессе. **Владеет (совершая ошибки и допуская незначительное несоблюдение основных положений дисциплины):** основными	**Удовлетворительно (зачтено)**

		стратегиями и тактиками, наиболее эффективными в разных видах коммуникации.	
ПК-4.2. Способен применять результаты исследований для решения коммуникационных задач в различных сферах рекламы и связей с общественностью.	**Продвинутый**	**Знать (на должном уровне)**: "теорию ролей" коммуникативных норм; особенности межличностной и групповой коммуникации. **Уметь (самостоятельно, при незначительной помощи педагога)**: определять эффективные неэффективные стратегии и тактики в коммуникационном процессе. **Владеет (применяя отдельные необходимые навыки):** основными стратегиями и тактиками, наиболее эффективными в разных видах коммуникации.	**Хорошо (зачтено)**
	Высокий	**Знать (в полной мере):** "теорию ролей" коммуникативных норм; особенности межличностной и групповой коммуникации. **Уметь (самостоятельно):** определять эффективные неэффективные стратегии и тактики в коммуникационном процессе. **Владеть (совершенно свободно):** основными стратегиями и тактиками, наиболее эффективными в разных видах коммуникации.	**Отлично (зачтено)**

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать: принципы создания текстов рекламы и связей общественностью; различные виды, формы, средства и методы коммуникации; основные информационные каналы и их коммуникативную роль; "теорию ролей" коммуникативных норм; особенности межличностной и групповой коммуникации.

Уметь: определять основные методы, способы и средства создания текстов рекламы и связей с общественностью; анализировать получаемую через средства массовой коммуникации информацию и использовать ее; определять эффективные неэффективные стратегии и тактики в коммуникационном процессе.

Владеть: разнообразными методами и навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью; навыками самопрезентации (уметь создавать свой профессионально-коммуникационный имидж); методами анализа коммуникации в кросс-культурном пространстве; основными стратегиями и тактиками, наиболее эффективными в разных видах коммуникации.

5.3 Типовые контрольные задания и материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования индикаторов достижения компетенций по данной дисциплине.

Вопросы для подготовки к зачету:

1. Объект и предмет теории коммуникации.
2. Соотношение предмета теории коммуникации с предметными областями смежных наук.
3. Основные методологические подходы в теории коммуникации.
4. Общее понимания коммуникации. Обыденное содержание понятия. Дедуктивный подход. Первый фундаментальный вопрос о сущности коммуникации.
5. Второй фундаментальный вопрос о сущности коммуникации. Типология коммуникативных субстанций.
6. Третий фундаментальный вопрос о сущности коммуникации. Типология коммуникационного взаимодействия.
7. Понятие и типология коммуникативные действий.
8. Понятие и типология коммуникативных актов.
9. Виды и типы социальных коммуникаций: методологические подходы и основные классификации.
10. Типология социальных коммуникаций по критерию соотношения типов источника и получателя.
11. Типология социальных коммуникаций по критериям типа канала, типа сообщения, эффекта, наличия обратной связи, дополнительным критериям.
12. Модель социальной коммуникации Шеннона-Вивера.
13. Модель социальной коммуникации Вестли-Маклина.
14. Модель социальной коммуникации Ньюкомба.
15. Трансакционная модель социальной коммуникации.
16. Семиотический подход: общая характеристика. Объект и предмет семиотики социальной коммуникации.
17. Понятие и структура знака. Модели Фреге, Соссюра и Огдена – Ричардса.
18. Понятие и структура знака. Модель Пирса. Понятия значения, имени. Смысловое и экспрессивное значение знака.
19. Свойства и характеристика знаков.
20. Прагматика. Подходы Морриса и Грайса.
21. Типология кодов и знаков.
22. Развитие средств коммуникации в процессе антропогенеза.
23. Динамика общества и развитие средств коммуникации.
24. Коммуникативные революции.
25. Понятие языковой личности в теории коммуникации.

26.Понятие коммуникативной личности. Параметры коммуникативной личности.
27.Информационно-коммуникативное общество: общая характеристика.
28.Проблемы и противоречия информационно-коммуникативного общества.

Вопросы для подготовки к экзамену:

1. Происхождение коммуникативной деятельности. Коммуникация — социально обусловленный процесс. Подходы к определению коммуникации.
2. Исторические вехи становления теории коммуникации и основные теоретические модели коммуникации: психоаналитическая, экзистенциалистская, понимающая, футурологическая.
3. Объект и предмет и функции современной теории коммуникации. Методы теории коммуникации: общенаучные, частнонаучные, конкретные методы.
4. Место и роль информации и информационного обмена в теории коммуникации. Информационная среда и информационный обмен.
5. Коммуникативное пространство и коммуникативное время. Эволюция социальной коммуникации.
6. Предмет и объект социологии массовых коммуникаций. Массовая коммуникация как социальный процесс. Теории социологии массовых коммуникаций.
7. Этапы исследований массовых коммуникаций. Развитие социологии массовой коммуникации в отечественных исследованиях. Типологизация деятельности в социологии коммуникации.
8. Основная функция коммуникации в обществе. Массовая коммуникация как предмет деятельности.
9. Субстанция и сфера деятельности массовой коммуникации. Массовая коммуникация как система. Субъекты массовой коммуникации и их структурирование.
10. Ценности как основа деятельности субъектов массово-коммуникативного процесса.
11. Правовые нормы в деятельности субъектов массово-коммуникативного процесса: исторический контекст и современное положение.
12. Массовое сознание. Основные направления исследования массового сознания. Основные подходы к формированию типологии объектов массового сознания.
13. Сущность и содержание категории «общественное мнение». Дифференциация точек зрения на общественное мнение.
14. Массовая информация и ее дифференциация. Условия достижения максимального эффекта воздействия на массовую аудиторию.
15. Массовая коммуникация и ее функции. Формы и методы массово-коммуникативного воздействия на аудиторию.

16. История становления массовой культуры, ее компоненты и уровни.
17. Структура коммуникативной ситуации. Дифференциация манипуляторов и актуализаторов.
18. Цели передачи информации в коммуникативной ситуации. Правила коммуникации: нормы, стиль, когнитивная нагрузка, временные и пространственные ограничения.
19. Барьеры участников коммуникации и их типы.
20. Основные способы передачи информации. Связь между вербальными и невербальными коммуникациями.
21. Межличностные и массовые каналы передачи информации.Структура рекламной коммуникации. Рекламная аргументация.
22. Рекламная коммуникация в печатных средствах массовой информации.
23. Категории и принципы размещения рекламной коммуникации в газетах и журналах.
24. Прямая почтовая рассылка как рекламная коммуникация ее преимущества и недостатки.
25. Коммуникационные технологии BTL.
26. PR как особая сфера коммуникаций.
27. Цели и задачи PR-коммуникаций.
28. Методы и средства PR-коммуникаций.
29. Технология PR-коммуникаций и оценка их эффективности.
30. Коммуникационные аспекты PR-кампаний.
31. Коммуникационные кампании по созданию, сохранению или изменению имиджа фирмы.
32. Коммуникационные аспекты брендинга.
33. Основные коммуникационные элементы и стратегии брендинга.
34. Коммуникационные технологии создания и продвижения бренда.
35. Коммуникационные аспекты управления брендами.
36. Коммуникации на выставках и ярмарках.
37. Коммуникационное сопровождение разработки рекламного продукта
38. Значение выставок и ярмарок в комплексе маркетинговых коммуникаций.
39. Коммуникационная составляющая стимулирования сбыта.
40. Коммуникационная поддержка мерчендайзинга.
41. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет.
42. Разработка и реализация маркетинговых коммуникационных кампаний.
43. Контроль эффективности коммуникационных кампаний. Виды эффективности.
44. Контроль над коммуникационной деятельностью: уровни, виды контроля, тактически и стратегический контроль.
45. Коммуникационная методика планирования и контроля над рекламной деятельностью.

Примерный тест по курсу «Основы теории коммуникации»

1-ый уровень сложности:

1. Теория коммуникации - это:

а) система научного знания о биокоммуникации

б) система научного знания о социальной коммуникации

в) наука, исследующая свойства знаков и знаковых систем в обществе

г) синтез социально-коммуникативного, естественно-научного и научно-технического знания о коммуникации.

2. Дополните:

“_____ коммуникация - это специфическая форма взаимодействия людей по передаче информации от человека к человеку, осуществляющаяся при помощи языка и других знаковых систем”

3. В рамках интеракционного подхода категория “коммуникация” выводится из понятия:

а) интерпретация

б) обмен

в) информация

г) общение

4. Что из перечисленного НЕ относится к видам аргументации в межличностном коммуникативном процессе:

а) объяснение

б) интерпретация

в) опровержение

г) возражение

д) кодирование

5. Разновидность коммуникации, обеспечивающая связь организации с внешними социальными образованиями (институтами, другими организациями):

а) внутригрупповая

б) межличностная

в) непосредственная

г) внешняя

6. К инструментальным функциям коммуникации относятся:

а) убеждение

б) формирование и подержание отношений

в) информирование

г) развлечение

7. Устойчивое представление о каких-либо явлениях или людях, свойственное представителям той или иной группы – это:

а) коммуникативный стиль

б) социальный стереотип

в) “эффект ореола”

г) эмпатия

8.Типы аудиторий, различающиеся по критерию доступа групп населения к конкретным источникам информации:

а) целевые и массовые

б) регулярные и _____

в) реальные и _____

9. Установите соответствие:

Разделы семиотики изучают:

1. Семантика	а) правила построения и комбинации знаков
2. Прагматика	б) смысловое содержание знаков
3. Синтактика	в) особенности использования знаков в коммуникации

Ответ: 1) _____, 2) _____, 3) _____.

10. Ролевые функции в бизнесе – PR исполнители:

1. инициатор, заказчик	а) PR-структура
2. соисполнитель	б) предприятие
3. исполнитель	в) СМИ
4. потребитель	г) общественность

Ответ: 1) _____, 2) _____, 3) _____, 4)_____.

11. Наиболее точные названия источника и получателя информации в рамках письменно-речевой коммуникации:

а) коммуникатор и коммуникант

б) адресант и адресат

в) коммуникатор и аудитория

г) оратор и слушатель

12. Область коммуникативной деятельности человека, в которой происходит сообщение или получение определенной информации:

а) канал прохождения информации

б) коммуникативная сфера

в) социальная сфера

г) коммуникативное пространство

13. Сформулировал основные принципы семиотики и ввел в научный оборот название данной науки:

а) Ф. де Соссюр

б) Ч.Пирс

в) Ч.Моррис

г) Л.Ельмслев

15. Все, что препятствует эффективной коммуникации и блокирует ее, в теории коммуникации называют:

а) препятствиями коммуникации

б) коммуникативными барьерами

в) трудностями коммуникации

г) физическими барьерами

16. В PR-коммуникациях целью воздействия является:

а) толпа людей

б) массовая аудитория

в) изменение общественного мнения

г) СМИ

17. Перечень функций коммуникации, вытекающих из модели Р.О. Якобсона:

а) метаязыковая;

б) поэтическая**;**

в) эмотивная;

г) конативная;

д) _____ .

18. Установите соответствие:

Сферы общения:

1) научная

2) официально-деловая

3) общественно-политическая

4) литературно-художественная

Жанры письменной речи:

а) расписка, инструкция

б) роман, стихотворение

в) письмо в редакцию, очерк

г) реферат, резюме

19. Наука о пространстве коммуникации, его структуре и функциях:

а) такесика

б) паралингвистика

в) проксемика

г) кинесика

20. Если инициатором PR-процесса является благотворительный фонд или общество защиты прав детей, то речь идет о разновидности PR, которая называется:

а) социальный PR

б) кризисный PR

в) политический PR

г) бизнес-PR

2-ой уровень сложности:

1. Познавательная функция теории коммуникации - это:

а) разработка эффективных способов познания коммуникативной реальности

б)определение ближайших и отдаленных перспектив развития социокоммуникации

в) накопление знаний о коммуникативной реальности

г) решение практических проблем оптимизации процессов коммуникации.

2. Установите соответствие:

Названия методов теории коммуникации

1) моделирование

2) герменевтика

3) контент-анализ

4) интент-анализ

их Содержание

а) изучение текстов, фонограмм, аудио-, видеозаписей

б) изучение объекта (оригинала) путем создания и исследования его копии (модели)

в) метод истолкования, интерпретации текстов

г) метод, позволяющий изучать целенаправленность вербальной коммуникации

Ответы: 1) **___,** 2) “___, 3) **__,** 4) ___.

3. Двухступенчатый поток информации от медиа к массовой аудитории анализирует:

а) теория магической пули

б) теория “лидеров мнений”

в) теория пользы и удовлетворения

г) теория медиазависимости

4. Раздел семиотики, изучающий значение единиц языка (слов, словосочетаний), имеющий объектом анализа знак, фрагмент текста, называется:

а) семантика

б) синтактика

в) прагматика

5.Способ поведения личности в рамках коммуникативного акта, который характерен для конкретной ситуации или группы ситуаций, называют:

а) коммуникативная роль

б) коммуникативный статус

в) коммуникативная компетентность

6. Личность как понятие теории коммуникации – это:

а) человек как разумное существо (homo sapiens)

б) человек, обладающий коммуникативными способностями

в) продукт развития индивида в обществе

г) биосоциальное существо, представитель человеческого рода

7. Дополните:

Социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного взаимодействия с помощью вербальных и невербальных средств коммуникации называют _____ коммуникацией.

8. Название недостающего элемента модели коммуникации Д.Берло.

Источник- _____ - канал- получатель.

9. Установите правильную последовательность разработки моделей коммуникации:

_____ модель двухступенчатого потока информации

_____модель Г.Лассуэлла

_____ модель Осгуда-Шрамма

10.Основной целью двухсторонней симметричной модели коммуникации в рамках связей с общественностью является:

а) убеждение любой ценой

б) распространение информации

в) формирование взаимопонимания участников взаимодействия

г) манипулирование общественным мнением

11. Дополните.

Предельно общим понятием теории коммуникации является понятие “_____”

12.Античная мысль внесла следующий вклад в становление теории коммуникации:

а) разработала семиотику как направление в изучении коммуникации

б**)** положила начало риторике как искусству речи

в) разработала категориальный аппарат, принципиально важный для построения теории коммуникации

г) разработала основы герменевтики

13. Согласно модели информирования общественности как PR-коммуникации ее целью является:

а) убеждение любой ценой

б) манипулирование общественным мнением

в) распространение информации

г) формирование взаимопонимания участников взаимодействия

14. Если в речевой коммуникации у коммуникантов возникают трудности восприятия информации из-за сложной, непонятной или неправильной логики рассуждений одного из них, то речь идет о:

а) фонетических коммуникативных барьерах

б) семантических коммуникативных барьерах

в) логических коммуникативных барьерах

г) стилистических коммуникативных барьерах

15. Для какого периода характерно признание теорией массовой коммуникации сложности и многоступенчатости взаимодействия СМК и аудитории?

а) начало XX в. – 30-е гг. XXв.

б) середина XX в.

в) конец XX – началоXXI вв.

16. Примером иконического знака является:

а) указание стрелкой на выход из помещения

б) фоторгафия

в) аллегория в виде изображения медведя

17. Определенный уровень индивидуальных коммуникативных способностей человека, сформировавшихся в условиях непосредственного человеческого взаимодействия, называется:

а) корпоративная культура

б) коммуникативная компетентность

в) интеллектуальный потенциал

г) общительность

18. Согласно мнению Ю.Н. Караулова, совокупность способностей и характеристик человека, обусловливающих создание и восприятие им речевых произведений (текстов) характеризует понятие:

а) коммуникативная личность

б) языковая личность

в) маргинальная личность

г) пассионарная личность

19. Дополните:

Сведения, передаваемые людьми друг другу устным, письменным или другим способом – это _____

20. Установите соответствие:

Названия конкретно-научных подходов современной теории коммуникации:

1) технократический

2) интеракционный

Содержание подходов:

а) коммуникация рассматривается с точки зрения производства, передачи и обработки информации, а также используемых при этом технических средств

б) коммуникация рассматривается как взаимодействие

Ответы: 1) ___ , 2) ___.

3-ий уровень сложности:

1. Разновидность коммуникации, обеспечивающая связь организации с внешними социальными образованиями (институтами, другими организациями):

а) внутригрупповая

б) межличностная

в) непосредственная

г) внешняя

2. Какая из форм коммуникации представляет собой вопросно-ответную коллективную форму обсуждения различных проблем с определенной целью

а) беседа

б) диалог

в) дискуссия

г) диспут

3. Дополните:

Функции массовой коммуникации, выделенные Г. Лассуэллом:

1) информационная
2) познавательно-культурологическая
3) _____

4. Согласно мнению Ю.Н. Караулова, совокупность способностей и характеристик человека, обусловливающих создание и восприятие им речевых произведений (текстов) называется _____ личностью".

5. Поле коммуникативной деятельности, включающее совокупность значимых групп, индивидов в том или ином их взаимном расположении:

а) коммуникативная сфера

б) коммуникативное пространство

в) коммуникативная ситуация

г) коммуникативная стратегия

6. Какая функция языка, согласно мнению К. Бюлера, соотносится с предметом речи в устноречевой коммуникации?

а) экспрессивная

б) апеллятивная

в) репрезентативная

7. Разделил семиотику на синтактику, семантику и прагматику:

а) Ч.Пирс

б) Ф. де Соссюр

в) Ч.Моррис

г) Л.Ельмслев

8. Вид устного общения, при котором информация в обстановке официальности передается значительному числу слушателей, – это:

а) массовая коммуникация

б) публичная коммуникация

в) межличностная коммуникация

г) межкультурная коммуникация

9. Установите правильную последовательность:

Согласно точке зрения Ф. Джефкинса, проведение PR- кампании включает шесть этапов:

_____ - Планирование бюджета;

_____ - Оценка ситуации;

_____ - Отбор каналов массовой коммуникации, техники воздействия;

_____- Оценка результатов;

_____ - Определение целей;

_____ - Определение целевой аудитории.

10. Объектами патентных прав являются:

а) результаты интеллектуальной деятельности в сфере науки, литературы или искусства;

б) результаты интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере и в сфере художественного конструирования;

в) средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий;

г) программы для ЭВМ и топологии интегральных микросхем.

11. Объектами изобретений являются:

а) научные теории и математические методы;

б) алгоритмы и программы для ЭВМ;

в) устройства, вещества, штамм микроорганизма или способы;

г) сорта растений и породы животных.

12. К полезным моделям относятся:

а) устройства;

б) способ;

в) культуры клеток растений или животных;

г) способ, вещество.

13. К промышленным образцам относится:

а) художественно-конструкторское решение изделия, определяющее его внешний вид;

б) объект промышленного сооружения;

в) объект неустойчивой формы из жидких или газообразных веществ;

г) решение, обусловленное исключительно технической функцией изделия.

14. Условиями патентоспособности изобретения являются:

а) новизна, оригинальность, промышленная применимость;

б) изобретательский уровень, промышленная применимость;

в) оригинальность, изобретательский уровень, промышленная применимость.

г) новизна, изобретательский уровень, промышленная применимость.

15. Условиями патентоспособности полезной модели являются:

а) новизна, изобретательский уровень, промышленная применимость;

б) оригинальность, промышленная применимость;

в) новизна, промышленная применимость;

г) новизна, изобретательский уровень.

16. Условиями патентоспособности промышленного образца являются:

а) оригинальность, изобретательский уровень, промышленная применимость;

б) новизна, оригинальность;

в) новизна, изобретательский уровень, промышленная применимость;

г) изобретательский уровень, промышленная применимость.

17. Из объектов патентных прав, содержащих сведения, составляющие государственную тайну, секретными могут быть:

а) полезные модели;

б) промышленные образцы;

в) изобретения;

г) любые объекты патентных прав.

18. Для установления условия патентоспособности «новизна» для изобретений и промышленных образцов в уровень техники включаются:

а) любые сведения, ставшие известными в мире до даты приоритета изобретения;

б) любые сведения, ставшие известными в России до даты приоритета изобретения;

в) любые сведения, ставшие доступными в России до даты приоритета изобретения;

г) любые сведения и факты.

19. Автору объектов патентных прав принадлежат:

а) исключительное право;

б) исключительное право, право авторства, а в случаях, предусмотренных ГК РФ, и иные права;

в) право авторства и право на имя;

г) исключительное право и право на получение патента.

Темы рефератов по дисциплине

1. Проблема общения в философии Ф. Шлейермахера.
2. Знак и значение: семиотика Ч. Пирса.
3. Концепция коммуникации Ф. Ницше.
4. Проблемы коммуникации в экзистенциализме.

5. Личность в общении: персонализм Э. Мунье.
6. Проблема диалога: Я и Другой в концепции М. Бубера.
7. Философско-методологические основы герменевтики.
8. Герменевтическая феноменология Г.Г. Шпета.
9. «Язык – дом бытия»: герменевтика М. Хайдеггера.
10. Проблема понимания: герменевтические идеи Г.Г. Гадамера.
11. Проблемы понимания и смысла в коммуникации: аналитическая философия 2-й половины XX в.
12. Коммуникативные проблемы в лингвистической философии (Л. Витгенштейн).
13. «Обыденный язык» и теория речевых актов Дж. Остина.
14. Семиотические аспекты коммуникации в теории Ч. Морриса.
15. Значение коммуникации в современном обществе у Ю. Хабермаса.
16. Технократические подходы к изучению коммуникации.
17. Теория информационного общества.
18. Коммуникативное пространство в теории Г.М. Маклюэна.
19. Математическая теория коммуникации К. Шеннона.
20. Интеракционный подход в теории коммуникации.
21. Теории межкультурной коммуникации.
22. Лингвистические подходы к изучению теории коммуникации.
23. Язык и знаковые системы: структурная лингвистка Ф. де Соссюра.
24. Социолингвистический подход в теории коммуникации.
25. Массовая коммуникация в современном обществе.
26. Роль «лингвистического поворота» в философии XX в. в развитии теории коммуникации.
27. Язык и субъект: вклад немецкой классической философии в изучение проблем коммуникации.
28. Становление информационно-коммуникативного общества в России.
29. Информационная концепция коммуникации.

30. Кибернетические аспекты коммуникации: живые организмы и машины в концепции Н.Винера.

5.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков

В процессе изучения дисциплины осуществляются следующие виды контроля:

— ***входной*** **контроль** заключается в изучении первоначальных знаний по смежным предшествующим дисциплинам, проведении входного опроса о наличии представлений, знаний, умений и навыков по данной дисциплине;

— ***текущий*** **контроль** качества усвоения знаний состоит в оценке самостоятельных и практических работ, а также в проведении опросов в конце разделов курса;

— ***рубежный*** **контроль** – экзамен.

Критерии оценивания ответа обучающегося

Высшим баллом **«отлично» (зачтено)** аттестуется обучающийся, полностью овладевший программным материалом или точно и полно выполнивший практические задания. При этом он проявляет самостоятельность в суждениях, умение представить тезисный план ответа; владение теорией, умение раскрыть содержание проблемы; свободное оперирование научным аппаратом, умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, апеллировать к источникам. Обучающийся, опираясь на межпредметные связи, показывает способность связать научные положения с будущей практической деятельностью; умение делать аргументированные выводы; уверенно, логично, последовательно и грамотно излагать ответ на вопрос.

Оценка **«хорошо» (зачтено)** ставится, если обучающийся овладел программным материалом, умеет оперировать основными категориями и понятиями изучаемой отрасли знаний, но самостоятельность суждений, знание литературы у него более ограничены. Он умеет представить план ответа; владеет теорией, раскрывающей проблему; умеет иллюстрировать основные теоретические положения конкретными примерами и практики. Вместе с тем допускает ошибки в ходе ответа на вопросы. Умеет делать аргументированные выводы; уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает ответ на вопрос.

Оценка **«удовлетворительно» (зачтено)** ставится обучающемуся, который в основном знает материал программы, в целом верно выполнил задания, но знания его неполны и поверхностны, самостоятельные суждения отсутствуют. Обучающийся имеет представление о требованиях практики в своей профессиональной области, знает основную литературу, обладает необходимыми умениями. Может оперировать основными понятиями и категориями изучаемой науки, но допускает ошибки в ответе, обнаруживает пробелы в знаниях. Умеет делать выводы; грамотно излагает ответ на вопрос.

Оценка «**неудовлетворительно» (не зачтено)** ставится, если обучающийся демонстрирует незнание или непонимание учебного материала, не владеет навыками, овладение которыми предусмотрено программой дисциплины, не может выполнить предложенных заданий, не знаком с основной рекомендованной литературой. Это проявляется в отсутствии плана ответа, существенных ошибках при изложении материала, трудностях в практическом применении знаний, неумении сформулировать выводы.

Критерии оценки рефератов

1) соответствие теме;
2) глубина проработки материала;
3) правильность использования источников;
4) оформление.

Оценка «5» ставится, если работа соответствует всем, перечисленным выше критериям.

Оценка «4» ставится, если работа соответствует трем из четырех, перечисленных выше критериев.

Оценка «3» ставится, если работа соответствует двум из четырех, перечисленных выше критериев.

Оценка «2» ставится, если работа соответствует только одному из перечисленных выше критериев.

Критерии оценки тестовых заданий:

«3», зачтено – выполнение 50% предложенных заданий;
«4» – выполнение 75% предложенных заданий;
«5» – выполнение 85% предложенных заданий.

Критерии оценивания работы на семинарских и практических занятиях, устных форм проведения контроля знаний:

1) Выделение основных понятий, характеристик, владение терминами и знание современных тенденций развития массовых коммуникаций.
2) Полнота и логичность сделанных выводов.
3) Активность обсуждения, умение вести диалог.
4) Грамотность формулировок, критичность мышления, разносторонность подходов к анализу материала.

Задание оценивается путем признания его соответствия и несоответствия перечисленным критериям. Соответствие трем критериям из четырёх – «зачтено».

Критерии оценки работы студентов во время групповых дискуссий:

1) Активность участия в дискуссии.
2) Аргументация с использованием:

- терминов и понятий изучаемого курса, других учебных дисциплин;
- фактов современной жизни;
- фактов, демонстрирующих знания современных коммуникативных процессов;
- мнений известных исследователей, социологов, политологов, специалистов по коммуникациям и имиджу;
- ссылок на правовые источники и иные официальные документы.

3) Логичность и последовательность аргументации.

Оценивается только работа тех обучающихся, кто принимал участие в дискуссии путем признания ее соответствия и несоответствия перечисленным критериям. Соответствие двум критериям из трёх – «зачтено».

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (включая самостоятельную работу)

Основная литература:

1. Венедиктова Т. Д. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Д. Венедиктова [и др.] ; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 193 с
2. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06317-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/469805
3. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 363 с.
4. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — URL : https://urait.ru/bcode/477307
5. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова [и др.] ; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00242-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450965

Дополнительная литература:

1. Деловые коммуникации : учебник для бакалавров / В. П. Ратников [и др.] ; под редакцией В. П. Ратникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 527 с. — (Бакалавр. Базовый курс). — ISBN 978-5-9916-3496-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/466777
2. Коноваленко, М. Ю. Теория коммуникации : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 415 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00428-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/449867
3. Шаповалова Н.Г. Основы теории коммуникации: начальный курс [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Н.Г. Шаповалова, Е.В. Старостина. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2018. — 81 с. — 978-5-4487-0210-5. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/74286.html

Интернет-ресурсы:

1. Блог сервиса Pressfeed — сервис для коммуникации между представителями прессы и ньюсмейкерами. В блоге много полезных постов и советов экспертов в медиа, PR, маркетинге.
2. Mediahubble —платформа для работников медиа и креативных индустрий.
3. Cossa.ru — информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде. Новые инструменты продвижения и оптимизация работы.
4. Mediaskunk.ru — блог креативного директора Sports.ru и Tribuna.com Михаила Калашникова
5. Mediatoolbox.ru — блог о медиатрендах компании Mediatoolbox. Один из авторов Всеволод Пуля.
6. Mediakritika.by — ресурс, созданный командой белорусских медиаэкспертов.
7. Клуб «Медиаоблако» — профессиональное сообщество журналистов, где публикуют интервью с известными журналистами и размышлизмы о профессии.
8. Mediabitch.ru. Автор: PR-специалист Розалия Каневская. В ее блоге найдете советы, изучение удачных кейсов, интервью с профессионалами PR.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для выполнения практических работ, проведения тренингов и выполнения тестовых заданий подготовлены печатные материалы, которые содержатся в методической папке (кафедра гуманитарных и естественно-научных дисциплин), используются мультимедийные ресурсы кафедры и вуза.

Лекционные и семинарские занятия предполагают комплект

презентационного оборудования: мультимедиа-проектор, ноутбук (или ПЭВМ).

Компьютерный класс с установленными программными средствами привлекается для проведения практических занятий и для осуществления текущего и рубежного контроля знаний студентов в форме тестирования.

Используемые программы (для подготовки и проведения занятий):

— Microsoft Office (PowerPoint, Word); Adobe Photoshop; Adobe Reader; Eset NOD32 Antivirus; Etxt Antiplagiat
— Браузеры: Google Chrome, Mozilla Firefox
— Медиапроигрыватели: Media Player Classic Homecinema, Windows Media
— SaaS-платформа WIX
— Профессиональный интерфейс Яндекс.Директ

Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья необходимы специальные условия для получения образования. В целях доступности получения высшего образования по образовательным программам инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университетом обеспечивается:

1. Наличие альтернативной версии официального сайта Университета в сети «Интернет» для слабовидящих;

2. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, созданы материально-технические условия обеспечивающие возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, объекту питания, туалетные и другие помещения Университета, а также пребывания в указанных помещениях.

8. Особенности обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья

Организация образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса» Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.04.2014 г. № АК-44/05вн и «Положением об обучении студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья», утвержденным ректором ОЧУ ВО «Еврейский университет» от 20.06.2019 г.

Подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом их индивидуальных особенностей.

Предусмотрена возможность обучения по индивидуальному графику.